



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

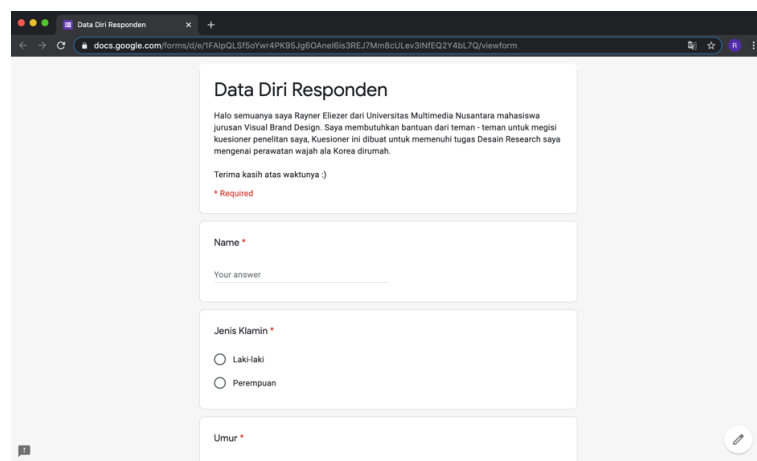
BAB III METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data primer mengenai perilaku remaja penulis menggunakan metode kuantitatif. Menyebarkan dua kuisioner dalam waktu yang berbeda untuk menguji tingkat pengetahuan remaja Indonesia mengenai jenis-jenis dan fungsi produk perawatan kulit.

3.1.1. Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner yang ditargetkan kepada warga Jakarta berusia produktif dengan cara menyebarkan ke relasi penulis yang memiliki adik atau saudara di sekolah menengah pertama hingga kuliah. Penyebaran tersebut dilakukan dari tanggal 7 Oktober 2018 sampai dengan 17 Oktober 2018. Perhitungan jumlah sampel menggunakan metode slovin, menggunakan jumlah usia 12-25 tahun penduduk DKI Jakarta usia produktif adalah 44.747.050 jiwa (Central Intelligence Agency 2018)

The image shows a screenshot of a Google Forms questionnaire titled "Data Diri Responden". The form is displayed in a web browser window. The title "Data Diri Responden" is at the top. Below the title, there is a paragraph of text in Indonesian: "Halo semuanya saya Rayner Elezer dari Universitas Multimedia Nusantara mahasiswa jurusan Visual Brand Design. Saya membutuhkan bantuan dari teman-teman untuk mengisi kuesioner penelitian saya. Kuesioner ini dibuat untuk memenuhi tugas Desain Research saya mengenai perawatan wajah ala Korea di rumah." Below this text, there is a line for "Terima kasih atas waktunya :)" and a red asterisk followed by the word "Required". The form contains three input fields: "Name" with a red asterisk, "Jenis Kelamin" with a red asterisk and two radio button options "Laki-laki" and "Perempuan", and "Umur" with a red asterisk. The browser's address bar shows the Google Forms URL.

Gambar 3.1 Kuesioner

Jumlah responden yang didapatkan sebanyak 100 orang terdiri dari 24 laki-laki dan 76 perempuan, dengan pendapatan/ uang jajan paling banyak Rp.1.000.000 - Rp.2.000.000 sebanyak 25%.

Tabel 3.1 Presentase Berdasarkan Petanyaan No 1

Jenis kulit seperti apa yang anda miliki?		
Respon	Jumlah	Persentase
Kulit Kering	16	16%
Kulit Berminyak	26	26%
Kombinasi	50	50%
Kulit Sensitif	8	8%
JUMLAH	100	100%

Kesimpulan: Responden menjawab bahwa mereka memiliki jenis kulit berminyak sebanyak 50%.

Analisa: Berdasarkan hasil pertanyaan diatas membuktikan bahwa banyak orang yang sudah memahami jenis kulit yang mereka miliki.

Tabel 3.2 Presentase Berdasarkan Petanyaan No 3

Wajah seperti apa yang anda idam-idamkan?		
Responden	Jumlah	Persentase
Bersih dari bekas jerawat	73	24%
Pori-pori yang kecil	57	19%
Wajah yang cerah	65	22%
Berkilau (glowing)	46	15%
Halus	59	20%
Jumlah	300	100%

Kesimpulan: Responden yang menjawab ingin memiliki wajah bersih dari bekas jerawat sebesar 24%.

Analisa: Jerawat berarti merupakan salah satu masalah kulit yang paling sering dialami, meskipun jerawat sudah mereda atau hilang tetapi masalahnya tidak berhenti di situ. Jerawat biasanya meninggalkan bekas yang membuat resah, maka dari itu wajah bersih dari bekas jerawat termasuk wajah yang diidam-idamkan.

Tabel 3.3 Presentase Berdasarkan Petanyaan No 5

Dalam waktu 1 minggu berapa kali anda menggunakan masker?		
Responden	Jumlah	Persentase
Tidak pernah	30	30%
1-2 kali	59	59%
3-4 kali	8	8%

Hampir setiap hari	3	3%
JUMLAH	100	100%

Kesimpulan: 59% responden menggunakan masker 1-2 kali dalam waktu 1 minggu, sedangkan ada 30 % responden yang menggunakan masker sama sekali dalam waktu 1 minggu.

Analisa: Hasil dari pertanyaan ini dapat membuktikan bahwa mayoritas dari remaja Jakarta peduli terhadap kesehatan kulit wajah mereka.

Tabel 3.4 Presentase Berdasarkan Petanyaan No 7

Produk perawatan kulit apa yang paling anda sukai?		
Responden	Jumlah	Persentase
<i>Facial wash</i>	26	26%
<i>Facial scrub</i>	10	10%
<i>Lib scrub</i>	1	1%
<i>Skin conditioner</i>	3	3%
<i>Serum</i>	10	10%
Masker	33	33%
Krim pelembam	11	11%
<i>Day/ Night cream</i>	6	6%
JUMLAH	100	100%

Kesimpulan: Produk perawatan kulit yang paling diminati oleh responden adalah masker, produk yang redah persentasenya adalah *lip scrub* dan *skin conditioner*.

Analisa: Masker merupakan salah satu produk perawatan wajah yang paling sering digunakan oleh orang pada umumnya, karena penggunaan masker sangat praktis. Selain itu masker juga memiliki berbagai macam varian bahan yang terkandung di dalamnya sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

Tabel 3.5 Presentase Berdasarkan Petanyaan No 8

Apa anda mengetahui faktor penyebab wajah kusam?		
Responden	Jumlah	Persentase
Sinar matahari	47	47%
Kurangnya exfoliating (pengelupasan kulit dengan menggunakan <i>scrub</i>)	35	35%
Penggunaan <i>sun block</i> yang salah	3	3%
Tipe kulit	15	15%

JUMLAH	100	100%
--------	-----	------

Kesimpulan: Mayoritas dari responden mengatakan bahwa penyebab wajah kusam adalah sinar matahari, jawaban yang benar untuk pertanyaan ini adalah Kurangnya exfoliating (pengelupasan kulit dengan menggunakan *scrub*).

Analisa: Hal ini dapat membuktikan bahwa kebanyakan pengguna skin care belum memahami betul apa penyebab dari masalah kulit yang ada sehingga mereka belum dapat menanganinya dengan benar.

Penulis juga melakukan penyebaran kuesioner kedua untuk mendapatkan data yang lebih spesifik mengenai perilaku atau gaya hidup remaja di Jakarta dari tanggal 10 Februari 2020 sampai dengan 22 Februari 2020, kuesioner mendapatkan 100 responden. Perhitungan jumlah sampel menggunakan metode slovin, menggunakan jumlah usia 12 - 24 tahun penduduk DKI Jakarta adalah 1,4 juta jiwa (Badan Pusat Statistik 2019).

Data Diri Responden

Halo semuanya saya Rayner Eliezer dari Universitas Multimedia Nusantara mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual. Saya membutuhkan bantuan dari teman - teman untuk mengisi kuesioner ini, kuesioner ini dibuat untuk melakukan penelitian sebagai data tugas akhir saya mengenai perawatan wajah rumahan.

Kuesioner ini bersifat personal sehingga semua data yang saya dapatkan tidak akan diberikan kepada pihak manapun

Terima kasih atas waktunya :)

*** Required**

Jenis Kelamin *

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

Umur *

☐ 12-15 Tahun

☐ 16-20 Tahun

☐ 21-25 Tahun

Gambar 3.2 Kuesioner 2

Jumlah responden yang didapatkan sebanyak 100 orang terdiri dari 34 laki-laki dan 66 perempuan, usia responden paling banyak adalah 16-20 tahun, diikuti dengan usia 21-25 tahun.

Tabel 3.6 Presentase Berdasarkan Petanyaan No 3 Kuesioner 2

Apa faktor utama dari masalah kulit anda?		
Responden	Jumlah	Persentase
Pubertas (hormonal)	43	43%
Sinar matahari	17	17%
Polusi	17	17%
Tipe kulit	23	23%
JUMLAH	100	100%

Kesimpulan: Mayoritas responden mengatakan bahwa masalah kulit yang mereka alami disebabkan oleh faktor hormon atau pubertas

Analisa: Pubertas atau hormonal merupakan salah satu penyebab munculnya masalah kulit pada remaja, karena remaja sedang dalam masa pubertas maka hormon mereka sedang tidak stabil.

Tabel 3.7 Presentase Berdasarkan Petanyaan No 5 Kuesioner 2

Untuk melakukan perawatan kulit wajah, saya biasanya melakukannya di...		
Responden	Jumlah	Persentase
Rumah	89	89%
Mengunjungi dokter kecantikan	11	11%
JUMLAH	100	100%

Kesimpulan: 89% dari responden biasanya melakukan perawatan kulit di rumah, dibandingkan pergi ke dokter kecantikan.

Analisa: Melakukan perawatan kulit dirumah merupakan salah satu cara yang paling mudah dan praktis untuk merawat diri, biasanya orang akan mencari dokter kecantikan jika masalah kulit yang mereka alami sudah tergolong parah.

Tabel 3.8 Presentase Berdasarkan Petanyaan No 8 Kuesioner 2

Dari bahan dasar dibawah, bahan apa yang anda ketahui dapat mencerahkan wajah anda?		
Responden	Jumlah	Persentase
Air cuci beras	28	28%
Ketimun	27	27%

Gula dan madu	12	12%
Strawberry	4	4%
Lidah buaya	29	29%
JUMLAH	100	100%

Kesimpulan: Jawaban paling banyak adalah lidah buaya sebanyak 29%, namun jawaban yang benar untuk pertanyaan ini adalah air cuci beras. Fungsi lidah buaya untuk kulit adalah untuk menenangkan kulit bukan untuk mencerahkan wajah.

Analisa: Mayoritas dari responden masih belum memahami apa fungsi dan khasiat dari bahan-bahan dalam produk perawatan kulit mereka.

3.1.2. Focus Group Discussion

Menurut Creswell (2013) *focus group discussion* merupakan metode kualitatif yang dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara mengumpulkan beberapa orang yang sedang mengalami suatu kaitan dengan topik dan memberikan beberapa pertanyaan terbuka yang jumlahnya sedikit untuk memperoleh pandangan dan pendapat mereka mengenai suatu topik (hlm. 190).

Penulis mengadakan *focus group discussion* dengan sekelompok remaja perempuan berumur 19-21 tahun berjumlah 7 orang yang bernama Margaretha, Alodia, Ruby, Yolanda, Sarah, Sheryn dan Karin, mereka adalah remaja yang tinggal di Jakarta dan menggunakan *skincare*

walaupun tidak setiap hari. *FGD* ini dilakukan melalui *video call* di LINE pada Jumat 20 Maret 2020 pukul 20.00 untuk mengetahui kebiasaan mereka dalam membeli produk kecantikan dan pengetahuan mereka mengenai bahan-bahan yang terdapat pada produk tersebut.



Gambar 3.3 pelaksanaan FGD

Hasil FGD menunjukkan bahwa 3 diantara 7 remaja menggunakan produk kecantikan karena mengalami masalah kulit, dan sisanya menggunakan *skincare* hanya untuk merawat kulit mereka saja. Mayoritas dari mereka biasanya tidak memperhatikan bahan yang terkandung dalam suatu produk sebelum membelinya, biasanya mereka membeli produk yang sedang populer di kalangan remaja. Mereka akan tertarik mengenai suatu informasi jika disertai dengan ilustrasi pendukung dan tidak memiliki tulisan yang banyak, dari beberapa perbincangan kami juga dapat diambil kesimpulan bahwa mereka biasanya mengikuti hal-hal yang sedang dimari dan telah diikuti banyak orang.

3.2. Metodologi Perancangan

3.2.1. Perancangan Desain

Landa (2013) mengatakan bahwa untuk melakukan suatu perancangan visual ada lima tahapan yang harus dilalui yaitu:

1. Orientation

Pada tahapan ini seorang desainer grafis melakukan penelitian terhadap suatu masalah dan menyertakan informasi penting yang berhubungan dengan masalah tersebut. Untuk desain informasi ada beberapa batasan masalah seperti bagaimana fungsinya, melalui bentuk apa informasi disajikan, siapa target audiens, bagaimana cara menampilkan informasi dengan baik, apa isi pesan dan dimana informasi akan diletakkan.

2. Analysis

Tahapan ini merupakan tahapan dimana penulis menciptakan batasan masalah melalui penelitian, pemeriksaan dan penilaian. Penulis menciptakan *design brief* agar dapat menciptakan jawaban dari sebuah masalah.

3. Conception

Penulis menciptakan garis besar dalam perancangan desain seperti menentukan jenis ilustrasi, tipografi, gaya bahasa dan warna untuk dijadikan arahan saat pembuatan kampanye.

4. Design

Menciptakan karya visual dari proses kreatif yang telah dibuat pada tahapan sebelumnya, ada beberapa langkah yang harus disarankan saat

pembuatan desain yaitu pembuatan sketsa, memberikan detail pada isi sketsa, dan pembuatan dummy atau *mock-up*.

5. *Implementation*

Proses eksekusi desain yang telah dibuat sesuai dengan media yang telah ditentukan secara nyata dalam berbagai jenis format. Dimana desainer memproduksi hasil desainnya.

3.2.2. AISAS

Seperti yang dikatakan oleh Sugiyama dan Andree (2011) AISAS merupakan model pendekatan audiens yang efektif, dengan memperhatikan perubahan perilaku audiens dengan masalah yang ditentukan dengan kemajuan teknologi digital.

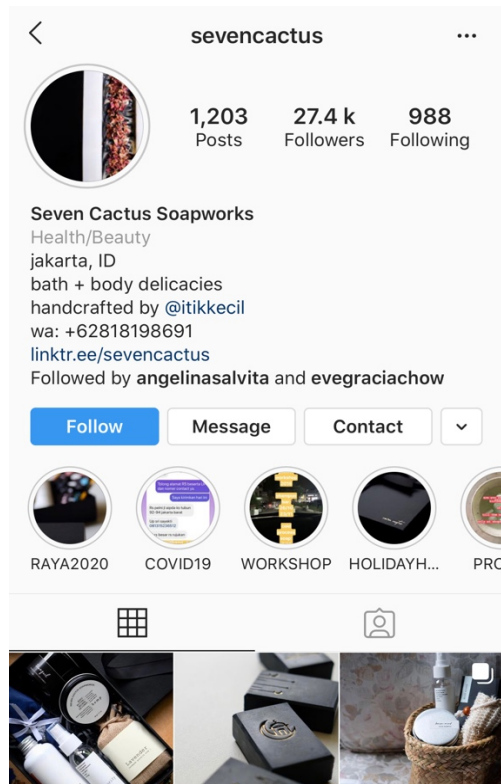
Dalam tahap *attention* audiens mulai menyadari akan adanya suatu produk, jasa atau iklan, setelah audiens telah menyadari maka akan memunculkan daya tarik untuk mereka yang menuju ke tahapan selanjutnya yaitu *interest*. Setelah mereka sudah merasa tertarik dengan masalah tersebut mereka akan mulai untuk mengumpulkan data mengenai produk, jasa atau iklan yang telah beredar membuat para audiens sudah memasuki tahapan *search*. Jika semua informasi yang mereka miliki sudah cukup maka akan masuk ke tahap *action*, dimana audiens mulai mengambil keputusan untuk melakukan tindakan-tindakan. Setelah itu audiens akan masuk ke tahapan *share*, audiens akan melakukan rekomendasi ke berbagai pihak mengenai tindakan yang telah ditentukan (hlm. 51).

3.3. Mandatory



Gambar 3.4 Logo Seven Cactus

Seven Cactus Soapworks didirikan pada Maret 2014 oleh Sarah. *Seven Cactus* merupakan sebuah usaha yang menjual sabun dengan bahan dasar natural, bukan saja menjual sabun tapi *Seven Cactus* juga menyediakan kelas bagi orang-orang yang memiliki minat untuk membuat sabun atau produk perawatan kulit lain. *Seven Cactus* senditi sering mengikuti berbagai macam pameran seperti Semasa setiap tahunnya, sehingga namanya sudah tidak asing bagi beberapa kalangan. *Seven Cactus* sudah memiliki kredibilitas pada komunitas kecantikan berbahan dasar natural. Dari media sosial *Seven Cactus* sudah memiliki kurang lebih duapuluh tujuh ribu pengikut.



Gambar 3.5 Seven Cactus Soapworks